

“La revolució dels somriures”: nuevas prácticas y discursos nacionalistas

Diego Rivarola

páginas / año 9 – n° 21 Septiembre-Diciembre / ISSN 1851-992X/ pp 48-74/
2017

<http://revistapaginas.unr.edu.ar/index.php/RevPaginas>

páginas
Revista digital de la Escuela de Historia
Universidad Nacional de Rosario

“La revolució dels somriures”: nuevas prácticas y discursos nacionalistas

“La revolució dels somriures”: New nationalist practices and discourses

Diego Rivarola

Grupo de pesquisa Cultura, Identidade e Poder
Instituto de História Contemporânea
Faculdade de Ciências Sociais e Humanas
Universidade NOVA de Lisboa, Portugal
diegorivarola@gmail.com

Resumen

El presente artículo tiene por objeto la identificación y análisis de los atributos estéticos de los nuevos discursos y prácticas del independentismo catalán a partir de la resolución del Tribunal Constitucional (TC) contra el *Estatut d'autonomia de Catalunya*, en Junio de 2010.

Cataluña, así como otras naciones, declara su existencia en búsqueda del reconocimiento de soberanía y de un estado propio. El sentimiento de humillación provocado por el TC y los sucesivos ataques del Gobierno español así como la crisis económica y política del país representan un momento oportuno para reavivar antiguos nacionalismos latentes, que dan lugar al nuevo proceso independentista.

Acontecimientos recientes como la realización del referéndum y la consecuente proclamación de la República Catalana generaron nuevas respuestas del Estado que reforzaron aún más el sentimiento independentista y aceleraron el proceso.

La imagen es reconocida como un elemento fundamental de este proceso que, por medio de las nuevas tecnologías y estrategias de comunicación, fortalecen la reactivación de símbolos relacionados a la identidad, la cultura y la tradición, posibilitando la creación de realidades a ser consumidas por el público objetivo.

Una breve revisión de conceptos será imprescindible para contextualizar el presente estudio, así como también una aproximación a los principales participantes. Finalmente, serán abordados los contenidos y sus formas, la delimitación de un “nosotros” frente a un “ellos” reconocidos en este nuevo movimiento independentista y su continua interrelación.

Palabras Clave

Nación; independencia; Cataluña; nacionalismo; estética; imagen.

Abstract

This article aims to identify and analyse the aesthetic attributes of the new Catalan independence discourses and practices since the Spanish *Tribunal Constitucional's* resolution against the *Estatut d'autonomia de Catalunya* in June 2010.

Esta obra está sujeta a la Licencia Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional de Creative Commons. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



Catalonia, as other nations, declares its existence in search of the recognition of sovereignty and of its own state. The feeling of humiliation provoked by the TC and the successive attacks of Spanish Government as well as the economic and political crisis of the country, represents an opportunity to revive old latent nationalisms that give rise to the new independence process.

Recent episodes as the referendum and the consequent proclamation of the Catalan Republic motivated new reactions from the State that boosted the independent feeling and process.

The image is recognized as a fundamental element of the process, in which, through new technologies and communication strategies, strengthens the reactivation of symbols related to identity, culture and tradition, enabling the creation of realities to be consumed by the target audiences.

A short review of concepts will be essential to contextualize this study, as well as an approximation of the main participants. Finally, the content and its forms, the delimitation of a "we" in front of a "them" recognized in this new independence movement and its continuous interrelation will be approached.

Keywords

Nation; independence; Catalonia; nationalism; aesthetic; image.

El presente trabajo tiene por finalidad reconocer algunas de las narrativas del movimiento nacionalista catalán o "catalanismo", a partir de su producción visual. El encuadramiento de Cataluña a nivel histórico y antropológico, en cuanto a la terminología y fenómenos, es esencial para identificar sus características actuales, ya que muchos de los argumentos del independentismo tienen raíces en estos momentos específicos del pasado. Su escenificación sigue una lógica que se alinea con la actualidad y adapta los tiempos recorridos en forma y contenido.

Debido al momento que esta viviendo Cataluña desde el año 2010, es necesario observar y analizar gran cantidad de información, presentada en diferentes medios y soportes. Una etnografía clásica permitió ejercer una observación directa o participante, según el caso, y también enriquecer fuentes ya disponibles. También una "netnografía", a través de la cual fue posible acceder a hechos tanto antiguos como actuales, archivos, documentos y otras fuentes de información tales como redes sociales o diarios digitales.

El estudio cualitativo de datos visuales fue una parte estructural del trabajo. En cuanto a las formas de análisis, fue importante establecer una distinción en relación al origen de las imágenes. Por un lado, las preexistentes, analizadas desde la perspectiva de la comunicación y el diseño de información, y por otro lado, las imágenes producidas en campo, utilizadas para análisis y presentación del trabajo. Estas fueron analizadas en el curso de la investigación, en su contexto social, explorando tanto su producción como su exposición y recepción.

La investigación cualitativa requirió una aproximación al objeto de estudio para lo que fue preciso realizar el trabajo etnográfico en Cataluña, principalmente en Barcelona y luego en otras ciudades y pueblos de la comunidad. De esta manera fue posible analizar desde adentro las experiencias de los individuos y grupos así como sus interacciones, en los momentos en que estas se fueron produciendo.

“Catalanismo¹”

El nuevo movimiento independentista catalán, o “catalanismo”, exhibe nuevas características en relación a otras épocas. Tanto su discurso como sus prácticas buscan reforzar el carácter pacífico y democrático del proceso, alejándose de incómodas alusiones a conflictivos ejercicios nacionalistas.

Benedict Anderson, autor de *“Imagined communities: reflections on the origin and spread of nationalism”* (1983), uno de los libros mas influyentes sobre nacionalismo, reconoce una evolución del concepto en su manera de expresar o comunicar el sentimiento e ideología nacional, adaptándose a nuevas situaciones sociales, como las experiencias transnacionales o las nuevas tecnologías².

En un artículo posterior, Anderson referencia el texto de Michel Billig, *“Banal Nationalism”* (1995), sobre los elementos de la “nacionalidad que habitan en la superficie de la vida contemporánea”³, como la “hora nacional”, el “clima nacional” o la “comida nacional”, formando parte de triviales pero sensibles discursos nacionalistas, recordándonos “‘nuestra’ identidad nacional enarbolada continuamente”⁴.

Algunos intelectuales catalanes dedicaron diversos trabajos a cuestiones como nación, estado e identidad. El antropólogo Josep Llobera describe el nacionalismo como una exhibición del día a día y no sólo como un conjunto de expresiones radicales –sobre todo cuando se refiere al nacionalismo *de los otros*– que estudia la teoría tradicional⁵.

Para el filósofo Rubert de Ventós, los nacionalismos se presentan como paradigmas resistentes a procesos tanto estatales, como el caso del catalán o el vasco, como supranacionales, como el inglés o el francés en la Unión Europea⁶. Ventós afirma que el estado se encuentra en medio de procesos de globalización y localización que lo transforman en “monumentos de arqueología política”, pero al mismo tiempo reconoce que un Estado catalán podría ser la clave frente a otras naciones, para “existir y ser creíbles”⁷.

Llobera defiende una idea de nación a partir de la Edad Media, una “herencia medieval” de fuerzas nacionales ofuscadas por las monarquías absolutistas del S.XVI y S.XVII y reanimadas a través de recursos culturales y políticos⁸. Para el antropólogo catalán el idioma, en conjunto con otros elementos como las fronteras

¹ Utilizo los dos términos como equivalente a lo largo del texto, a pesar de no ser exactamente lo mismo.

Ucelay-Da Cal identifica esta práctica como una “pretensión nacionalista de identificar nacionalismo y pueblo territorial”: “catalán” = “catalanista” = “independentista” ≠ “no catalanista” = “españolista” = español.

² Disponible en: <<https://www.uio.no/english/research/interfaculty-research-areas/culcom/news/2005/anderson.html>>. [Consulta en: 06/01/16].

³ Michel Billig. *Nacionalismo Banal*. Madrid, Capitán Swing, 2014, p. 159.

⁴ Ídem.

⁵ Josep Llobera. *El Dios de la Modernidad: El desarrollo del Nacionalismo en Europa Occidental*. Barcelona, Anagrama, 1996, p. 9.

⁶ Xavier Rubert de Ventós. *Nacionalismos: El laberinto de la identidad*. Madrid, Editorial Espasa Calpe S.A. 1994, p. 139.

⁷ Disponible en: <<https://www.youtube.com/watch?v=c9AbX9IX0MQ>>. [Consulta: 05/07/2016].

⁸ Josep Llobera. *El Dios de la modernidad: El desarrollo del nacionalismo en Europa occidental*. Barcelona, Anagrama, (1994), 1996.

territoriales y los mitos de descendencia legitimadores, son indicadores históricos de “conciencia nacional”⁹ que, habiendo llegado a consolidarse, podrían sobrevivir incluso perdiendo la autonomía o incorporándose a un estado diferente.

Esta idea de “primera y segunda vida”¹⁰ del nacionalismo permitiría identificar una evolución del catalanismo, de una práctica ejercida de manera “natural” en la vida social y cultural de las comunidades a una nueva fase relacionada a los discursos y prácticas políticas con una relación ineludible con los imaginarios colectivos¹¹ y sus singularidades performativas.

Estos discursos y prácticas presentan nuevos procedimientos con diversos objetivos, como por ejemplo el inventario e invención de herencias y su posterior exposición internacional que, como asegura Anne-Marie Thiesse, son lugares por excelencia para la exhibición identitaria que, desde mediados del S.XIX, sirven para ese comercio simbólico¹². La construcción colectiva de las identidades nacionales se ha hecho de manera transnacional, con la complicidad de otros países en la misma situación, copiándose modelos, pactando, aconsejando o alentando a otros.

Los S.XIX y S.XX fueron marcados por la “invención de las tradiciones”¹³, que Hobsbawm y Ranger definieron como un conjunto de prácticas de naturaleza simbólica o ritual que, a través de la repetición, implican una continuidad en relación al pasado. Esos años coincidieran con la construcción de los estados-nación a nivel mundial que buscaban legitimar el presente a través del pasado y las acciones a través de la historia, como cimiento de cohesión grupal.

El historiador Peter Sahlins, señala el apareamiento del nacionalismo catalán durante el último tercio del S. XVIII, la nación llamada Cataluña, que va a ser politizada. Sahlins refiere que, a partir del último tercio del S.XIX, todos los programas del nacionalismo catalán se basaron en una idea forjada en la diferenciación del idioma, la cultura y la lengua como fundación del catalanismo moderno¹⁴.

Estas fórmulas de construcción de identidades nacionales como el “*check-list*”¹⁵ identitario de Löfgren, el “sistema Ikea”¹⁶ de Thiesse o las “5Ls” (*lord, land, language, landscape y law*) enunciadas por Ventós, serán identificadas en los contenidos y formas de los mensajes independentistas.

Portadores del nuevo mensaje independentista

⁹ Ibídem.

¹⁰ Barbara Kirshenblatt-Gimblett desarrollo el concepto sobre la “primera y segunda vida” en relación a los procesos de patrimonialización de objetos y museos, que podría ayudarnos a aclarar esta idea de nación definida por Josep Llobera.

¹¹ Eduardo González Calleja. “Bon cop de falç!” Mitos e Imaginarios Bélicos en la Cultura del Catalanismo”. *El nacionalismo catalán: Mitos y Lugares de Memoria*, Revista Historia y Política, N° 14, Madrid, Julio/Diciembre 2005, pp. 119-164.

¹² Anne-Marie Thiesse. *A criação das identidades nacionais*. Braga, Temas y Debates, 2000, p. 17.

¹³ Enric Hobsbawm, Terence Ranger. *The invention of tradition*. Cambridge, CUP, 1983, p. 9/21.

¹⁴ Peter Sahlins. *Fronteres i identitats: la formació d'Espanya i França a la Cerdanya, s. XVII-XIX*. Oxford, England, University of California Press, Ltd, 1989, p. 291.

¹⁵ Orvar Löfgren. *The nationalization of culture*. Ethnologia Europaea XIX, 1989, p. 9.

¹⁶ Anne-Marie Thiesse. *A criação das identidades nacionais*. Braga, Temas y Debates, 2000, p. 18.

El nuevo proceso independentista posee diversos actores con diferentes objetivos, para así transmitir su mensaje a la mayor parte de la población. Se nombrarán y describirán algunos de ellos de acuerdo con esas funciones.

Dos partidos han asumido la propuesta y el posterior mando político independentista dentro del *Parlament de Catalunya: Junts pel Sí* y la *Candidatura d'Unitat Popular* (CUP). Aunque la finalidad de ambos partidos políticos sea la independencia de Catalunya, sus “hojas de ruta” electorales han mantenido claras diferencias.

Junts pel Sí se define como una “candidatura de la sociedad civil, con apoyo de *Convergència Democràtica de Catalunya* y *Esquerra Republicana*, para ganar las elecciones plebiscitarias del 27S¹⁷ y de esa manera, construir un nuevo país que mejore la vida de las personas”¹⁸. Artur Mas, presidente de *Convergència Democràtica de Catalunya* (CDC) (actual *Partit Demòcrata Europeu Català*) ofreció a las entidades independentista que formaran una “lista de país” que representase la sociedad civil en la que él sería presidente en caso de ser la más votada.

Por otra parte, la CUP es una organización política de asambleas de ámbito nacional que se extiende alrededor de los *Països Catalans*¹⁹. En su página oficial define entre sus objetivos: “Trabajar para un país independiente, socialista, ecológicamente sustentable, territorialmente equilibrado y desligado de las formas de denominación patriarcal”²⁰.

La CUP asumió la postura más radical del independentismo, que desde su programa político ya comprendía la *Declaració Unilateral d'Independència* (DIU) en caso de conseguir la mayoría absoluta, y un proceso constituyente, democrático y popular.

Luego de una serie de desencuentros entre estos dos grupos, a raíz de la investidura de Mas, la CUP decidió no dar su apoyo, ya que para ellos, Mas no representaba “la base social independentista”, por su vínculo a los cortes y a los casos de corrupción de su partido político (CDC).

Su posicionamiento radical a favor de la independencia es acompañado por una postura contra “ciertas” prácticas nacionalistas. Antonio Baños, cabeza de lista para las elecciones del 27S dijo despreciar “a quien hace de las tradiciones catalanas el centro de la discusión política”²¹.

Por otro lado, las instituciones independentistas tuvieron un papel fundamental en el nuevo proceso. Estas consiguieron organizar a la ciudadanía en

¹⁷ Las elecciones llevadas a cargo el 27 de Septiembre de 2015 adquirieron el carácter de plebiscitarias debido a que se votaba sobre un tema central: la legitimación del proceso independentista

¹⁸ Disponible en: http://www.juntspelsi.cat/qui_som?locale=ca. [Consulta 02/07/2017].

¹⁹ Según la descripción de la Enciclopedia Catalana, *Països Catalans* es el conjunto de territorios de lengua y cultura catalana: Cataluña, País Valenciano, Islas Baleares, Franja del Poniente, Cataluña Norte, Andorra y la ciudad de Alguer en Cerdeña.

²⁰ Disponible en: <http://cup.cat/qui-som>. [Consulta: 03/07/17].

²¹ Disponible en: http://elpais.com/elpais/2015/10/30/opinion/1446222205_670440.html. [Consulta: 03/07/2017].

diversas acciones que formaron un mensaje contundente de la voluntad general, al mismo tiempo que cargaron de contenido las performances soberanistas.

Algunas de estas instituciones estudiadas, aportan principalmente hechos históricos que “justifican” la independencia, mientras que otras buscan activar y organizar grupos específicos de la sociedad. “Cada entidad es una manera de ver las cosas y, al mismo tiempo, un mensaje entre todos” declara Liz Castro, participante de la *Assemblea Nacional Catalana* (ANC).

La ANC es una organización unitaria y transversal cuyo objeto es la concientización y movilización de la mayoría de la población de Cataluña para conseguir, de forma pacífica y democrática la independencia de Cataluña²².

La institución comenzó a gestarse en la primera serie de consultas extraoficiales sobre la independencia y se constituyó el día 10 de Marzo de 2012 en un acto realizado en el Palau Sant Jordi. Diversos grupos de voluntarios que organizaron entre 2009 e 2012 consultas/referéndums, como por ejemplo *Barcelona Desideix* o *Ripoll Desideix* entre muchos otros, pasaron luego a integrar la ANC al momento de su constitución.

La Asamblea fue la principal responsable de las manifestaciones masivas de los años 2012, 2013, 2014, 2015 y 2016. “Si tiras bombas todo el mundo presta atención... sino, la solución es responder masivamente... hacer manifestaciones muy grandes, tan grandes como podamos”, afirmaba Liz Castro, “y eso es lo que la organización hizo”.

Otra de las instituciones de gran importancia para el proceso independentista es *Òmnium Cultural*. Surgió en medio de la dictadura franquista, momento en que sufrió cierres y suspensión de actividades. Muchas de las personas que aprendieron catalán en las clases de *Òmnium* formaron las primeras generaciones de profesores de la lengua. Después de la dictadura, la institución tuvo un papel muy importante en la recuperación de las instituciones de autogobierno, la reivindicación del uso de la lengua y los derechos nacionales de Cataluña²³.

Òmnium organiza diversos eventos literarios y artísticos con la finalidad de promover la cultura, la historia y la lengua. También tuvo un papel muy importante en la reivindicación de símbolos y la visibilidad internacional de Cataluña durante los Juegos Olímpicos de 1992. En 2010 la entidad fue el punto de encuentro de la manifestación a favor de la dignidad y del derecho a decidir del pueblo catalán. Bajo el lema: “*Som una Nació. Nosaltres decidim*”, objetaron la sentencia dictada por el Tribunal Constitucional sobre el *Estatut de Autonomía* catalán. Desde esta fecha, *Òmnium* tuvo un papel importante en el proceso por la independencia.

La *Associació de Municipis per la Independència* (AMI) es una entidad que tiene gran relevancia en el nivel de los municipios y su papel como representantes de la población. Según su página web oficial, la AMI esta formada por instituciones (municipios) de Cataluña que representan el mundo local y tienen como objetivo sumar esfuerzos para conseguir, en un futuro próximo, la creación de un estado

²² Disponible en: <<https://assemblea.cat/?q=node/31>>. [Consulta: 09/07/2017].

²³ Disponible en: <<https://www.omnium.cat/qui-som/historia>>. [Consulta: 09/07/2017].

propio para Cataluña en el marco de la Comunidad Europea. Se constituyó en Vic, el día 14 de Diciembre de 2011²⁴.

AMI participó en las *diadas* del año 2012, 2013 y 2014. También tuvo un papel muy importante en la campaña “*Signa un vot per la independència*” donde se pedía a los ciudadanos catalanes que solicitaran al gobierno catalán su intervención para declarar la independencia²⁵. En 2013, realizó la mayor encuesta sobre la independencia en la que participaron más de 3 mil personas, con un resultado del 56% a favor del “Sí”²⁶. También participó activamente de la consulta del 9N²⁷. Para Xavier Vilá, responsable de prensa de la asociación, su papel más importante fue el de nexo entre la sociedad civil y el ámbito político. Vilá asegura que uno de los eventos más “potentes” fue el acto de apoyo al 9N, en el que más de 800 alcaldes de Cataluña presentan los acuerdos de pleno al presidente Mas en la *Plaça Sant Jaume* de Barcelona (imagen 1).

Otra institución que surgió en este último proceso de independencia fue *Súmate* que, definida como una entidad sin apoyo de partidos políticos y sin fines lucrativos, busca hacer llegar el mensaje independentista a personas de diferentes orígenes al catalán.

Su ex presidente, Eduardo Reyes, dijo haber fundado *Súmate* para informar y promover el voto independentista entre ciudadanos catalanes nacidos fuera de Cataluña, que tienen como idioma cotidiano el castellano. Joan Solé, jefe de comunicación de Reyes y de la institución destaca la ausencia de contenido identitario y cultural catalán en los discursos y en la comunicación en general, buscando así transmitir sólo el objetivo de luchar por el futuro mejor de la familia, una mejora económica como consecuencia de una Cataluña independiente. El slogan de *Súmate* es: “No importa el origen, sino el destino”.

Según Solé, *Súmate* tiene más aceptación en el área metropolitana de Barcelona que otras instituciones como ANC o Òmnium que usan el discurso basado en la historia, la cultura o el idioma. El discurso es “sin banderas” (imagen 2), ya que busca alejarse de la imagen relacionada a la “*senyera estelada*”²⁸.

La institución actúa fundamentalmente en el área conocida como “*cinturó roig*” de Barcelona, compuesta principalmente por inmigrantes y se dirige a los españoles llegados de otras áreas como Andalucía y Extremadura en los años 60s y 70s y a sus descendientes.

Reyes es uno de los representantes de la sociedad civil catalana que ocupó un lugar en la lista de *Junts pel Sí*, lista que ganó las elecciones del 27 de Septiembre.

²⁴ Disponible: <https://www.youtube.com/watch?v=_cpcWKYk0Rw&feature=youtu.be>. [Consulta: 08/07/2017].

²⁵ Disponible en:

<<http://www.naciodigital.cat/manresa/noticia/42453/suport/institucional/signa/vot/independencia>>. [Consulta: 08/07/2017].

²⁶ Disponible en: <<https://www.youtube.com/user/AMICatalunya>>. [Consulta: 01/08/2017].

²⁷ 9 de Noviembre de 2015, día de la consulta popular sobre el futuro político de Cataluña.

²⁸ Solé se refiere a la bandera catalana que posee una estrella. La *senyera* es a bandera que perteneció a la antigua corona de Aragón y que actualmente es usada como bandera autonómica de Cataluña. La estrella fue añadida posteriormente, colocada dentro de un triángulo, similar a la disposición de la bandera de Cuba.

También pertenecieron a *Súmate*, quien fue cabeza de lista de la CUP, Antonio Baños y el cabeza de lista de *Esquerra Republicana de Catalunya* (ERC) para las elecciones generales españolas de 2015, Gabriel Rufián.

El actual proceso independentista ha generado cierta polaridad no solo en la sociedad, sino también en los medios de comunicación, obligándolos a tomar un posicionamiento al respecto. También se intensificaron los debates relacionados a la influencia de los medios de comunicación o “adoctrinamiento”, como por ejemplo el diario *El Mundo*, más alineado a los intereses del Estado español, que denuncia a la *Generalitat de Catalunya* de subvencionar a los medios para conseguir su alineamiento al independentismo con la excusa de dar apoyo a los medios que publiquen en lengua catalana²⁹.

Existe una fuerte disputa respecto a la información, quien la produce y dónde se difunde. Así como existe la denuncia sobre el adoctrinamiento de los medios tradicionales catalanes como TV3 o *Catalunya Radio*, también desde Cataluña se denuncia la distorsión de los temas relacionados al proceso independentista o la falta de posibilidades de información sobre el proceso para fuera de la comunidad autónoma.

Entre los medios impresos, se destaca el surgimiento del diario *Ara*, que adquirió un papel muy importante en el proceso. Según un artículo del *Público*, este medio nació después de la gran manifestación del año 2010. El *Ara* está relacionado por sus lectores³⁰, al proceso soberanista y dice defender el derecho de los catalanes a elegir su futuro a través de un referéndum.

Otros diarios, del ámbito digital, alineados con esa postura son el *VilaWeb* y el *Nació Digital*, pertenecientes a empresas familiares. *VilaWeb* surge en 1996, con el objetivo de, en un marco de *Països Catalans*, ayudar a construir “una sociedad más plural, abierta y libre. *VilaWeb*, *Nació Digital* y *Ara* pugnan en estos últimos años por el podio de audiencia entre los medios de comunicación en lengua catalana³¹.

Tanto *Ara* como *VilaWeb* crearon una sección específica para exponer y denunciar los artículos de otros diarios en contra del independentismo catalán.

La cuestión estética en el catalanismo independentista

El proceso independentista parece haber conseguido incorporar los códigos de comunicación actual de una sociedad que privilegia el mirar como elemento epistemológico, mezclando la imagen y la realidad, “lo audiovisual como soporte privilegiado para la reconstrucción identitaria o para la afirmación de esta”³². El

²⁹ Disponible en:

<<http://www.elmundo.es/grafico/espana/2014/09/08/53db717bca4741781c8b4577.html>>. [Consulta: 08/07/2017].

³⁰ Disponible en: <<https://www.publico.pt/mundo/noticia/na-catalunha-ha-mais-gente-do-que-o-normal-que-chora-pela-politica-1675425>>. [Consulta: 08/07/2017].

³¹ Saül Gordillo. *Sobirania.cat, 10 anys de la revolta política catalana a internet*. Crea’t Edicions, 2014, p. 34.

³² Humberto Martins. *Sobre o lugar e os usos das imagens na antropologia: notas críticas em tempos de audiovisualização do mundo*. Etnografica, Vol. 17 (2), 2013, p. 411.

discurso y las prácticas sobre la “comunidad imaginada” catalana tendría el objetivo de criar un nuevo estado-nación inclusivo, a través de acciones performativas y escénicas, donde reinan las imágenes ejerciendo un papel de identificación, divulgación y socialización³³.

La relación España/Cataluña accionada por el movimiento independentista parece tener dos principales ejes: uno identitario, relacionado a características culturales que singularizarían a Cataluña, como el idioma, las tradiciones o los símbolos nacionales y otro histórico, enfocado en las acciones represivas y humillantes del Estado español.

Muchos de los símbolos culturales provienen del período de la *Renaixença*, período catalán de resurgencia cultural. Bajo la influencia de este movimiento, los historiadores recuperaron las bases de la cultura catalana en un marco histórico y popular, una práctica que permitió conocer *para atrás* y vivir y transformar *para el frente* (cursivas en el texto original)³⁴.

El discurso basado en la represión española se inicia el 11 de Septiembre de 1714, momento en que Barcelona cayó en manos de las tropas borbónicas poniendo fin a la Guerra de la Sucesión Española. Este momento, que supone el fin de la “monarquía compuesta” hispánica, es insinuado por el independentismo como la conquista de Cataluña por España, la pérdida de sus libertades e instituciones de gobierno. Otra importante imagen histórica de gran trascendencia es la del General Francisco Franco. Momentos como la Guerra Civil Española, la dictadura y la *Transición* constitucional, se impregnan de su presencia, que se mantiene hasta hoy³⁵. Monumentos, esculturas, instituciones y hasta comportamientos de algunos grupos, incluso identificados por medios internacionales³⁶, enuncian que el “franquismo no se va”³⁷.

A propósito del período de la dictadura, el historiador Canales Serrano identifica como base del discurso catalán la legitimación de los vencidos y el antifranquismo. El autor encuadra dicho discurso en la “reducción del franquismo a

³³ Wivian Weller; Lucélia de Moraes Braga Bassallo. *Imagens: Documentos de visões de mundo*. Sociologias, Vol. 13, Nº 28, Porto Alegre, 2011, p. 284.

³⁴ Paula Godinho. “Usos da memória e práticas do património, alguns trilhos e muitas perplexidades. *Usos da memória e praticas do património*, Lisboa, Colibri, 2012, pp. 13-23, p. 21.

³⁵ Algunos autores sostienen que la Constitución española de 1978 no fue un debate democrático entre iguales, sino entre vencedores y vencidos. Disponible en: <<http://www.naciodigital.cat/noticia/99192/proc/sobiranista/forca/intent/relegitar/regim/constitucional>>. [Consulta: 30/06/2017].

³⁶ Alistair Dawber. *General Franco: Forty years after his death Spain is still coming to terms with the painful legacy of its civil war*. Independent. Disponible en: <<http://www.independent.co.uk/news/world/europe/general-franco-forty-years-after-his-death-spain-is-still-coming-to-terms-with-the-painful-legacy-of-a6741191.html>>. [Consulta: 28/07/2017]. Billet Retour. *Le fantôme de Franco hante toujours l’Espagne*. France24. Disponible en: <<http://www.france24.com/fr/20160212-video-reporter-fantome-franco-hante-espagne-caudillo-franquisme-republicains-guerre-civile>>. [Consulta: 28/07/2017].

³⁷ Lluç Salellas i Vilar. *El franquisme que no marxa*. Barcelona, Edicions Saldonar, 2015.

la cuestión catalanista”, lo cual se presenta exclusivamente como un régimen “españolizador”, afirmando la “incompatibilidad entre catalanismo y franquismo”³⁸.

Otros intelectuales como Enric Ucelay-Da Cal³⁹ y Shlomo Ben-Ami recuerdan el apoyo de la burguesía catalana a la dictadura de Franco, como así también a la de Primo de Rivera, debido a sus propios intereses económicos.

La utilización de diversas imágenes históricas y contemporáneas, sumadas a la no menos significativa crisis económica que vive España, buscan aumentar la base independentista desde diversos flancos.

Identificación / el catalanismo integrador

Frente a la necesidad de abarcar una población más plural, el catalanismo reconoció la importancia de utilizar nuevos discursos y prácticas y conseguir así llegar a los ciudadanos que no comparten la idea de una Cataluña independiente o que nunca pensaron ni siquiera en esa posibilidad.

La actual crisis económica en relación a los catalanes, a los españoles llegados de otras regiones y al resto de inmigrantes europeos y no europeos y sus descendientes, levanta nuevos desafíos para el discurso independentista, que tendrá que dejar de lado los elementos biológicos y construir uno a partir de los intereses comunes a todos⁴⁰.

Liz Castro de ANC reconoce que “hubo muchos esfuerzos para llegar a los castellano-hablantes”. También con ese objetivo surgió *Súmate*, que buscaba llegar a aquellos que no sentían una relación con “lo catalán”, pero sí con la necesidad de crear un nuevo futuro a partir de la construcción de un nuevo país. Marcos Pardeiro, periodista de *la Razón*, reconoce que “el mayor éxito del soberanismo de estos años es el de ver castellano-hablantes defendiendo la independencia ¡En primera línea!”. También el sociólogo Vicenç Navarro afirma que “lo verdaderamente novedoso en Cataluña, es la aceptación generalizada del pueblo catalán del derecho a decidir o soberanismo”⁴¹.

Las campañas independentistas utilizaron gran cantidad de imágenes y símbolos que promovían la apertura del movimiento a todos los ciudadanos, apuntando a la libertad, la democracia y la pluralidad.

La campaña de *Junts pel Sí* utilizó el slogan “*El vot de la teva vida*”⁴², simbolizando la importancia histórica de las elecciones y buscando un mayor compromiso y participación de la ciudadanía. Para la estética general de sus piezas

³⁸ Antonio Canales Serrano. “El robo de la memoria, Sobre el lugar del franquismo en la historiografía católico-catalanista”. *Juventud y política en la España contemporánea*, Ayer, Nº59, Asociación de Historia Contemporánea and Marcial Pons Ediciones de Historia, 2005, pp. 259-280, p. 279.

³⁹ Enric Ucelay-Da Cal. “Ser y no ser: la visión del españolismo desde la perspectiva catalanista, o lo que se puede aprender escuchando”. *El nacionalismo catalán: mitos y lugares de memoria*. Revista Historia y Política, Nº14, 2005, pp. 11-44.

⁴⁰ Montserrat Clua i Fainé. *Catalanes, inmigrantes y charnegos: “raza”, “cultura” y “mezcla” en el discurso catalán*. Revista de antropología social, Vol. 20, Universidad Complutense de Madrid, 2011.

⁴¹ Disponible en: <<http://blogs.publico.es/vicenc-navarro/2015/09/30/analisis-de-las-elecciones-que-ha-pasado-en-catalunya/>>. [Consulta: 01/08/2017].

⁴² El voto de tu vida.

de comunicación, utilizaron fotografías-retrato de los candidatos, sonriendo, en tonos cálidos, buscando transmitir confianza (imagen 3). Folletos informativos fueron creados en 13 idiomas, con la finalidad “de llegar a las personas nacidas en más de 170 países y que hablan más de 250 lenguas” (imagen 4), disponibles para descarga en sitios web como *nouscatalans.cat* (nuevos catalanes): “*Aquesta és la campanya electoral de la nostra vida i tots els vots són importants, essencials*”⁴³.

Joan Solé, de *Súmate*, afirma que *Junts pel Sí* “no es una lista de nombres, sino de voluntades”, por lo que decidieron invitar a todos los ciudadanos a formar parte de la lista, como candidatos simbólicos a través de la página oficial del partido. Solé cree que “una de las grandes cosas que ha hecho el *marketing* soberanista es el haber incluido a las personas en la lista. “Te dan un afiche con tu foto y lo puedes colgar en la calle y es tan lícito colgar el tuyo como el de Romeva (candidato de *Junts pel Sí*)”. Con el evento llamado “*Festa dels Candidats*” (imagen 5), la coalición celebró su primer acto y repartió diversos elementos personalizados de *merchandising* entre los “candidatos simbólicos”.

Otra campaña de *Junts pel Sí* apelaba a la falta de futuro para los jóvenes, debido a la mala administración española, comparándola en datos numéricos con otros países (imagen 6).

La CUP utilizó la palabra “*Governem-nos*”⁴⁴, interpelando directamente a los votantes, como marca de campaña (imagen 7). Su comunicación gráfica presentó elementos alineados a sus objetivos: sustentabilidad, equilibrio nacional (imagen 8), independencia y justicia social. También utilizó el idioma aranés (imagen 9) incluyendo así uno de los otros idiomas hablados en los *Països Catalans*.

En cuanto a campañas televisivas, ambos partidos utilizaron diversos recursos para alcanzar la pluralidad de la población. *Junts pel Sí* mantuvo la estética general cálida, con escenarios de “ensueño”, familias y parejas de distintas etnias y orientación sexual (imagen 10). La CUP apela a “todos” para hacer funcionar *El Procés* independentista en un video que recuerda una *road-movie* (imagen 11)⁴⁵. En esta *Película-Spot* electoral actúan los propios candidatos, escenificando la situación política actual a través de numerosas metáforas y representaciones.

La propuesta política de ambos partidos es bien ilustrada en sus campañas audiovisuales. En el video llamado “*Sí, tot és possible*”⁴⁶ de *Junts pel Sí*, se llama a la rebeldía, pero a una rebeldía pacífica, manifestada en la acción de subirse a una silla, que recuerda la escena de la película “*Dead Poets Society*”⁴⁷. En otros videos menos metafóricos, la CUP utiliza una estética semejante al *street art* y al documental de

⁴³ “Esta es la campaña electoral de nuestra vida y todos los votos son importantes, esenciales”. Disponible en: <<http://www.nouscatalans.cat/index.php/52-noticies/fundacio/9636-l-ambit-d-immigracio-de-junts-pel-si-fa-campanya-en-13-idiomes.html>>. [Consulta: 27/04/2016].

⁴⁴ Governémonos.

⁴⁵ Disponible en: <<https://www.youtube.com/watch?v=GUvo4sjigLM>>. [Consulta: 01/08/2017].

⁴⁶ Disponible en: <<https://www.youtube.com/watch?v=de1HibPiVUg>>. [Consulta: 25/07/2017].

⁴⁷ Disponible en: <<http://www.elperiodico.com/es/politica/20150924/junts-pel-si-lanza-un-video-con-dos-versiones-la-de-mas-y-la-de-junqueras-4535694>>. [Consulta: 24/07/2017].

archivo, con imágenes de la fuerza policial atacando a manifestantes y grabaciones de diversos actos donde hablan representantes del partido⁴⁸ (imagen 12).

La CUP no apela a símbolos catalanistas que si son observados en los videos de *Junts pel Sí* como la iglesia de San Felip Neri⁴⁹ (imagen 13) o *El Mercat del Born*⁵⁰, sino que a elementos o momentos de ámbito global como la caída de Salvador Allende en Chile o el comienzo de la “deriva liberticida” de Estados Unidos estimulado por el ataque a las Torres Gemelas (imagen 14). En ambos casos se observa una clara intensión de los partidos políticos a asumir la responsabilidad del proceso.

Así como los partidos, las instituciones idearon todo tipo de acciones que involucraron a la población para que expresara sus propios deseos en soportes institucionalizados (imagen 15). *Òmnium* realizó una campaña llamada *Un país normal*, para la que se grabó un documental donde se entrevista a diversas personalidades conocidas de Cataluña sobre “el derecho a decidir de los catalanes y las catalanas”. Al comienzo del documental se escucha la voz en off de Mariano Rajoy, actual presidente del Gobierno de España, negando la consulta del 9N, al mismo tiempo en que se ensambla una urna (imagen 16)⁵¹, “Votar es normal en un país normal”. La campaña cuenta con otros videos y gráficos que comparan la relación de Cataluña y España con otros países en la misma situación (imagen 17)⁵².

El 6 de Septiembre de 2017, el Parlamento Catalán aprueba la ley de referéndum, convocando la consulta para el día 1 de Octubre de 2017. El Gobierno español interfiere decididamente en la organización del acto, bloqueando páginas web relacionadas con el referéndum, cerrando imprentas y confiscando urnas. La votación del referéndum culmina en medio de violenta represión en manos de la Guardia Civil, convocada por el Estado español. Esta sucesión de eventos genera una fuerte visibilidad a nivel mundial, y una nueva oportunidad para mostrar la posición autoritaria y hermética del Estado frente a la voluntad democrática y abierta de Cataluña. El impacto de esta jornada es comunicada en todos los medios nacionales e internacionales (imagen 18). El diario *Ara* realiza y disponibiliza gratuitamente en la web un *dossier* fotográfico llamado “*El relat visual de l’1-O*”⁵³ que es actualizado regularmente y expone diferentes momentos relacionados con el día del referéndum.

Asociación / el catalanismo socializador

⁴⁸ Disponible en: <<https://www.youtube.com/user/cupnacional>>. [Consulta: 25/07/2017].

⁴⁹ Iglesia localizada en el Barrio Gòtic de Barcelona. En su fachada pueden verse impactos de bala de las fuerzas franquistas en la Guerra Civil Española.

⁵⁰ Parte del casco antiguo de Barcelona, el *Mercat del Born* se encuentra encima de restos arqueológicos pertenecientes al barrio de La Rivera, destruido después de 1714 para construir *La Ciudadela*, fortaleza militar de Felipe V.

⁵¹ Disponible en: <<https://www.youtube.com/watch?v=LNgBgGoRcE8>>. [Consulta: 20/07/2017].

⁵² Disponible en: <<http://unpaisnormal.eu/es/sobre-la-campanya-un-pais-normal/#.WXEmyvxtkWo>>. [Consulta: 20/07/2017].

⁵³ Disponible en: <<https://recursos.ara.cat/dossier-relat-visual?hsCtaTracking=71858ba1-d867-4558-9ff2-d6cc2a9fadc4%7Cd8f9f733-8837-43e5-8b2a-d2201a104aa5>>. [Consulta: 03/11/2017].

La resolución del Tribunal Constitucional sobre el *Estatut de Autonomia*, fue interpretado por los ciudadanos como una humillación al pueblo catalán y detonó una serie de acciones como las consultas independentistas realizadas en diferentes ciudades y villas de Cataluña. Según Liz Castro de ANC, esa “agitación” permitió reconocer en los propios catalanes ese “sentimiento colectivo”: “el movimiento ya no es sólo de algunos *freekies* independentistas, sino de un grupo mayor que se permite pensar en esos términos”.

El sentimiento compartido de humillación, surgido a raíz de las acciones de Gobierno español, integró a las personas que buscaron en el independentismo una reivindicación por la dignidad del pueblo catalán. David Miró, sub-director del *Diari Ara* asegura: “A un ‘tío’ que tiene identidad autónoma no lo puedes humillar, a un ‘tío’ que necesitas, que puede imaginarse a él mismo como un país independiente...”. El economista Albert Renté agrega: “No sólo la humillación del TC, sino la humillación absolutamente innecesaria de la pos-guerra (Guerra Civil Española)”.

Las manifestaciones reivindicativas fueron muy importantes para el movimiento independentista ya que demostraron no sólo una gran participación, sino también posibilitaron la sociabilización entre diversos grupos de personas. Para Quim Torra, exdirector de *Òmnium Cultural* “la manifestación de “*Som una nació*” fue muy importante, en el sentido de dotarnos a nosotros mismos de esa condición de nación, de pueblo, y de ahí se ha podido pasar del ‘bueno, si somos una nación, ejerzamos de nación’”.

Las diferentes *diadas*⁵⁴ respondieron a un momento clave del proceso. Su despliegue y performance fue complejizándose más cada año, exigiendo más comprometimiento a sus participantes (imagen 19).

En un programa de *La Sexta* (una conocida cadena española de televisión de ámbito estatal) el periodista Jordi Évole entrevista a una familia catalana independentista junto a la presidenta de la Comunidad de Madrid por el *Partido Popular*, Cristina Cifuentes⁵⁵. El objetivo del programa era mostrar a los españoles como vive una familia catalana el proceso independentista. Durante la entrevista, uno de los integrantes de la familia muestra en su celular las imágenes de las *diadas* donde participó (imagen 20), exhibiendo su exaltación y alegría. Para él la *diada* representó un momento de comunión y aventura, donde conocer gente nueva de todas las edades.

En la *diada* del año 2014, 1,8 millón de personas formaron una “V” gigante, en un acto simbólico donde una joven (de 15 años, que haría 16 [edad permitida para votar] el día de la consulta 9N) depositaba a las 17:14h un sobre en una urna (imagen 21). En 2015, para la *diada Via Lliure*, fueron realizados videos e

⁵⁴ La *diada* es la Fiesta Nacional de Cataluña, celebrada el 11 de Septiembre en conmemoración a la caída de Barcelona en 1714. En palabras de Jordi Pujol, la diada “si bien significaba el doloroso recuerdo de la pérdida de las libertades, el 11 de Septiembre de 1714, y una actitud de reivindicación y resistencia activa en frente de la opresión, supone también la esperanza de una total recuperación nacional” (traducción mía). Disponible en: <<http://web.gencat.cat/ca/actualitat/reportatges/diada-nacional-de-catalunya/historia/-reconeixement-legal/>>. [Consulta: 12/06/2016].

⁵⁵ Disponible en: <<https://www.youtube.com/watch?v=DIQICBFqZE>>. [Consulta: 25/07/2017].

infográficos instructivos y comunicados en varias redes sociales⁵⁶, ya que requeriría singulares preparativos y sincronizados movimientos.

La distribución de personas para la formación de la *Via Lliure* correspondería a diferentes colores en función a áreas y sectores sociales. Esto favoreció al contacto entre personas que se conocían previamente o tenían intereses en común más allá de la independencia de Cataluña (imagen 22). Las manifestaciones son percibidas como un ritual, un “*communitas*”⁵⁷ de una experiencia común al grupo, un proceso de cambio, que así como la participación en el 9N, demostró una emancipación temporaria a las normas fijadas por un Estado español opresor.

Los actores independentistas han utilizado exhaustivamente espacios históricos como *El Born*, el *Fossar de les Moreres* o la *Ciutadella* (imagen 23), para actos y manifestaciones. Los lugares de memoria tienen como función “bloquear el trabajo del olvido”, en palabras de Pierre Nora (1993), pero también, de ser aptos para nuevas interpretaciones y usos. Estos son capaces de transformar el tiempo en imagen, invocando así “nuevos recuerdos”⁵⁸.

Divulgación / el catalanismo espectacular

El catalanismo independentista supo articular el proceso relacionándolo con una experiencia a la moda, con entusiasmo y atributos modernos que lo identifiquen y al mismo tiempo lo alejen de una España que no consigue actualizarse, presa a los valores opresivos del nacionalismo franquista⁵⁹. Para Pardeiro, los independentistas consiguieron asociar “independentismo” a “prosperidad”.

Las redes sociales, así como los medios tradicionales, tuvieron un papel fundamental en la espectacularización del catalanismo independentista, creando y reproduciendo una extensa y variada cantidad de imágenes relacionadas al movimiento.

Existen muchos ejemplos que demuestran la maleabilidad de términos y representaciones al momento de exhibir el movimiento. Alex Calvo recuerda la importancia de “explicar la propia historia”, para evitar que la “expliquen otros”. En su artículo, Calvo da una serie de consejos al momento de escribir -en inglés-, sobre el proceso catalán: evitar palabras “tóxicas” como “nacionalismo” o “secesión”, como también a referirse a la “conquista” de Cataluña por parte de España⁶⁰.

También el profesor Jaume López recuerda la importancia de los términos al momento de hablar sobre el proceso. López apunta a la reivindicación del “derecho a decidir”, como una evolución natural del derecho a la autodeterminación”⁶¹ (no

⁵⁶ Disponible en: <<https://twitter.com/assemblea/status/616577865363144704/photo/1>>. Disponible en: <<https://www.youtube.com/watch?v=UAjoJe3dXtc>>. [Consulta: 25/07/2017].

⁵⁷ Victor Turner. *O processo ritual*. Petrópolis, RJ, Brasil, Editora Vozes Ltda, 1974, p. 5/6.

⁵⁸ Hans Belting. *Antropología de la Imagen*. Argentina, Katz Editores, 2007, p. 85.

⁵⁹ Disponible en: <http://elpais.com/diario/2001/09/29/babelia/1001719028_850215.html>. [Consulta: 25/07/2017].

⁶⁰ Disponible en: <<http://www.tribuna.cat/cronica/tecnologia-i-pais/escrivint-en-angles-sobre-catalunya-cinc-regles-dor-06-05-2014.html>>. [Consulta: 25/07/2017].

⁶¹ Jaume López. *Del dret a l'autodeterminació al dret a decidir. Un possible canvi de paradigma en la reivindicació dels drets de les nacions sense estat*. Quaderns de Recerca N°4, Centre Unesco de Catalunya.

aplicable al caso de Cataluña): “para que el ‘derecho a decidir’ se convierta en un nuevo referente de análisis y legitimación de las reivindicaciones en defensa de la creación de nuevos estados, es preciso difundir el concepto y profundizar en sus implicaciones teóricas”⁶².

Los medios utilizan elementos, crean ambientes y proponen alternativas frente a las cuales las personas se posicionan políticamente. El espectáculo político contiene una narración en la que la producción y difusión de las noticias es subordinada a una lógica dramática que la llena de sentimientos y emociones: “el espectáculo constituido por las noticias continuamente construye y reconstruye los problemas sociales, las crisis, los enemigos y los líderes, creando de tal modo una sucesión de amenazas y seguridades”⁶³.

Eventos como la caída de Barcelona en 1714, la Guerra Civil o las fuertes represalias de Franco, así como muchos acontecimientos actuales, son recursos para la exhibición del proceso, vividos y revividos de manera mediática. La exposición de imágenes no responde a análisis políticos de causas y consecuencias, sino que de manera “excitante” ofrece “un mundo de eventos caóticos que aparecen y desaparecen”⁶⁴, dando pocas explicaciones, aislando actores y acciones de un contexto social que les dé sentido.

La *diada* es uno de los “productos estrella” del proceso, a través del cual busca comunicar y contagiar el “espíritu independentista”. “¡Sólo nos falta natación sincronizada o... lanzarnos en paracaídas!” bromeaba Quim Torra, “ahora hay que hacer otra serie de movilizaciones y seguramente en apoyo a las instituciones del país (...) ¡El objetivo no es hacer una performance!”. La *diada* produjo una gran cantidad de material independentista, así como imágenes reproducidas innumerables veces en distintos soportes mediáticos.

La *senyera estelada* puede identificarse como el elemento más representativo de la cultura material generada por el independentismo (imagen 24)⁶⁵. La *estelada* fue creada por Vicenç Albert Ballester en el comienzo del S.XX, como una bandera provisional inspirada en la bandera de los cubanos en la lucha contra los colonizadores españoles. En un documental producido por TV3⁶⁶ se la considera un símbolo de combate, que acompañó a los voluntarios catalanes a la Primera Guerra Mundial (imagen 25) y a la columna llamada *Macià-Companys* durante la Guerra Civil (imagen 26). También fue utilizada por los partidarios de Francesc Macià en la insurrección a Cataluña desde *Prats de Molló* y adoptada en diversos centros catalanes como bandera oficial de Cataluña (imagen 27).

⁶² Disponible en: <<http://www.cronicaglobal.com/es/notices/2013/09/el-derecho-a-decidir-una-invencion-del-nacionalismo-catalan-529.php>>. [Consulta: 25/07/2017].

⁶³ Murray Edelman. *La construcción del espectáculo político*. Buenos Aires, Manantial, 1991, p. 8.

⁶⁴ Natalia Aruguete. *La narración del espectáculo político: pensar la relación entre sistema de medios y poder político*. Austral Comunicación, Volumen 2, Nº2, Universidad Austral, p. 209/210.

⁶⁵ Disponible en: <http://www.ara.cat/opinio/albert-om-us-abus-estelada_0_1580841995.html>. [Consulta: 28/07/2017].

⁶⁶ Disponible en: <<http://www.ccma.cat/tv3/alacarta/programa/lestelada-un-simbol-provisional/video/4669153/>>. [Consulta: 28/07/2017].

Este símbolo parece haber asumido la representación del movimiento, transformando sólo con su presencia cualquier acto en un evento reivindicativo. La identificación de su imagen como un mensaje de carácter político e ideológico polemizó su exhibición en edificios y eventos públicos, como por ejemplo en el estadio del FC Barcelona, sancionado en diversas ocasiones por la UEFA⁶⁷.

Pardeiro comparaba la performance independentista con la excitación de un partido del *Barça* jugado en el *Camp Nou* (su propio estadio). Para él, “si ahora eres independentista, puedes vivirlo desacomplejadamente, ¡a lo loco!”, y asegura, “el independentismo le lleva una gran ventaja al ‘unionismo’ en el tema de la ilusión; la independencia, aunque sea un viaje a lo desconocido, ¡hace vibrar!, la defensa de la Constitución, que defiende la permanencia de Cataluña dentro de España, no ‘mola’, ¡no hace vibrar!, ¡el independentismo es exhibicionista!”.

El componente industrial que sustenta la espectacularización del proceso abarca desde objetos para “vestir” las performances o el “día a día” (el *merchandising* independentista), hasta los productos de empresas que se alinean al independentismo a la moda (imagen 28). Los componentes materiales del nacionalismo se relacionan con una simbología de carácter cultural, “en la medida que el etnonacionalismo se va transformando en un rasgo común de los tiempos neoliberales (...), promueve la proyección de Etnicidad S.A. en un plano más vasto, dando origen a algo que podemos llamar Nacionalidad S.A.”⁶⁸. Muchos elementos identificados en la estética y en el contenido de la comunicación y los actos independentistas buscan apelar a los sentimientos: “hemos de ilusionar para convertir la decisión en emocional; no los hemos de intentar convencer, los hemos de enamorar”⁶⁹.

Existe un plan de comunicación muy fuerte, un mensaje muy bien pensado que, a través de los medios y de la propaganda, se refuerza la formación de las apariencias, tanto en la imagen como en las acciones, lo que denuncia la transformación del Estado en “espectáculo”⁷⁰.

Conclusiones

El independentismo es utilizado en los discursos soberanistas como sinónimo de catalanismo, presentado como una posibilidad de redención histórica y, al mismo tiempo, de ilusión contemporánea, una salida inevitable resultado de las continuas humillaciones infringidas por el Gobierno central. Acontecimientos como los sucedidos a raíz de la votación del referéndum han acelerado el proceso, exponiendo aún más la falta de diálogo del Gobierno español y demostrando un accionar autoritario, visible en la represión a los ciudadanos catalanes el día 1-0 y en la aplicación del artículo 155 de la Constitución, que representó la intervención

⁶⁷ Disponible en: <<http://www.publico.es/deportes/uefa-multa-al-barcelona-30.html>>. [Consulta: 25/07/2017].

⁶⁸ John L. y Jean Comaroff. *Etnicidad S.A.*. Madrid, Katz Editores, 2011, p. 184.

⁶⁹ Disponible en: <<https://www.slideshare.net/TheCatalanProject>>. [Consulta: 25/07/2017].

⁷⁰ Georges Balandier. *O poder em cena*. Brasil, Editora Universidade de Brasília, 1980, p. 8.

de organismos de la comunidad autónoma y la restricción de poderes del *Parlament*⁷¹. El alcance que han adquirido estos hechos han expuesto el caso catalán más allá de los límites nacionales interpelado a la comunidad internacional a posicionarse al respecto.

Con la finalidad de estimular las emociones de los ciudadanos, los actores independentistas apelan a elementos culturales, históricos y económicos, según los casos, accionados a través de códigos estéticos actuales que garantizarán la llegada a todos los públicos.

El nuevo proceso aparenta utilizar una nueva lógica de comunicación que se adecua perfectamente al mundo hipervisual en el que vivimos, donde la imagen ejerce un papel fundamental en nuestra identificación, divulgación ideológica y sociabilización de significados⁷². Complejas performances, manifestaciones masivas, exhibición de *esteladas*, sardanas y cánticos, renovación de monumentos y exposiciones en museos, todo parece ser utilizado para llamar la atención y buscar la participación del público.

El show mediático aprovecha las herramientas actuales para hacer llegar al mundo imágenes, a partir de las cuales se volvería a construir un significado que sería consumido y nuevamente resignificado. La imagen se presenta como la realidad en estado puro: “¿acaso en la mayoría de los casos no vivimos la historia, incluso como contemporáneos, únicamente en imagen?”⁷³. Las palabras del pasado adquieren rostro, características visuales que les permitan ser más inteligibles frente a públicos más vastos, ya arraigados a las nuevas tecnologías.

Esta pugna de imágenes y argumentos basada en hechos históricos y conceptos políticos mantenidos entre España y Cataluña fue definida por un diplomático portugués como “un enfrentamiento entre la arrogancia y la vanidad”⁷⁴, que expondría la ambigüedad del contenido: “ya lo decía Orwell: lo importante no es el mensaje, sino quien controla el megáfono. Y ya lo digo yo: si Hitler resucitara acusaría a sus enemigos de nazis”⁷⁵, afirma el escritor catalán Sánchez Piñol.

El análisis de un movimiento que presenta trazos políticos, sociales, culturales y económicos y que pretende la manipulación de realidades a partir de imágenes, en procesos que fácilmente recordarían acciones de marketing, permitiría percibir el objetivo de transformar significados subjetivos en hechos objetivos.

Como sugiere Albert Castellón, un reconocido consultor de marketing, sobre Cataluña: “tener un gran producto es una condición necesaria pero no suficiente. Hace falta algo más. Hace falta crear una marca potente que enamore a los de aquí

⁷¹ Disponible en: <https://politica.elpais.com/politica/2017/10/27/actualidad/1509105725_777595.html>. [Consulta: 03/11/2017].

⁷² Wivian Weller; Lucélia de Moraes Braga Bassalo. *Imagens: documentos de visões do mundo*. Sociologias, Porto Alegre, Vol. 13, Nº28, 2011, p. 284.

⁷³ Hans Belting. *Antropología de la imagen*. Argentina, Katz Editores, 2007, p. 101.

⁷⁴ Disponible en: <<http://www.lavanguardia.com/politica/elecciones-catalanas/20150924/54435449113/miradas-portuguesas-catalunya-enric-juliana.html>>. [Consulta: 28/07/2017].

⁷⁵ Disponible en: <https://www.clarin.com/rn/ideas/Palabras-independencia-catalana_0_rJXHf4FD7x.html>. [Consulta: 28/07/2017].

adentro y a los de afuera. Hace falta crear un relato estimulante. Y además, comunicar este nuevo relato”⁷⁶. Esta nueva manera de entender la independencia podría traer nuevos resultados al catalanismo moderno.

Imágenes

Imagen 1



Ato de apoyo de 800 alcaldes de Cataluña al 9N.

Fuente: Albert Garcia

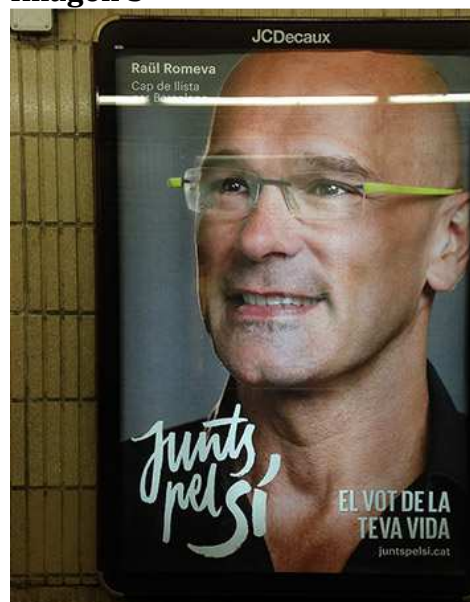
Imagen 2



Afiche de la institución *Súmate*.

Fuente: <http://www.santceloni.cat/ARXIUS/agenda/2015/sumate.jpg>

Imagen 3



Retrato de Artur Mas en la campaña “*El vot de la teva vida*” de de *Junts pel Sí*.

Fuente: Propia

⁷⁶ Albert Castellón. *Catalonia, next Brand in Europe: Una estratègia de marketing per a un nou país*. Badalona, Ara Llibres, S.C.C.L., 2013, p. 20.

“La revolució dels somriures”: nuevas prácticas y discursos nacionalistas

Imagen 4



Díptico informativo disponible en “nouscatalans.cat, el diari digital d’immigració”.

Fuente: http://www.directe.cat/imatges/no_cies/dip_c-junts-pel-si-idiomes.jpg

Imagen 5



La “Festa dels Candidats”, acto de apertura de la coalición *Junts pel Sí* en el paseo Lluís Companys.

Fuente: Pere Virgili. http://www.directe.cat/imatges/no_cies/dip_c-junts-pel-si-idiomes.jpg

Imagen 6



Afiches de campaña de *Junts pel Sí* en el barrio de Gràcia. Fuente: Propia

Imagen 7



Pasacalle de la CUP en la Barceloneta.
Fuente: Propia

Imagen 8



"Tierra, pan, techo, libertad", afiche de
campaña de la CUP.

Fuente: Propia

Imagen 9



Afiche de campaña de la CUP en aranés.
Fuente: Propia

Imagen 10



Cuadro perteneciente al video de campaña "Junts oh
podem tot" de Junts pel Sí.

Fuente:

<https://www.youtube.com/watch?v=RGrVuDG0t1M>

Imagen 11



Cuadro perteneciente al video de campaña "Anaven lents
perquè anaven lluny" de la CUP.

Imagen 12



Cuadro perteneciente al video de campaña
"#HOPODEMTOT" de la CUP.

“La revolució dels somriures”: nuevas prácticas y discursos nacionalistas

Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=GUvo4sjigLM>

Imagen 13



Cuadro perteneciente al video de campaña “Sí, tot és possible” de Junts pel Sí.

Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=de1H1bPiVUG>

Fuente: <https://www.youtube.com/user/cupnacional>

Imagen 14



Cuadro perteneciente al video de campaña “#HOPODEMTOT” de la CUP.

Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=RGrVuDG0t1M>

Imagen 15



Bandera de la campaña “#SíSí” de “Ara és l'hora” (Òmnium Cultural y ANC).

Fuente: https://c2.stacickr.com/6/5608/15750772271_e5e58f433b_z.jpg

Imagen 16



Cuadro perteneciente al documental “Un país normal” de la CUP.

Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=LNgBgGoRcE8>

Imagen 17



Infográfico animado “Es normal que un país vote el 9N para decidir su futuro?” de la campaña “Un país normal”.

Fuente: <http://unpaisnormal.eu/en/sobre-la-campanya-un-pais-normal/#.WYJVLpXtkWo>

Imagen 18

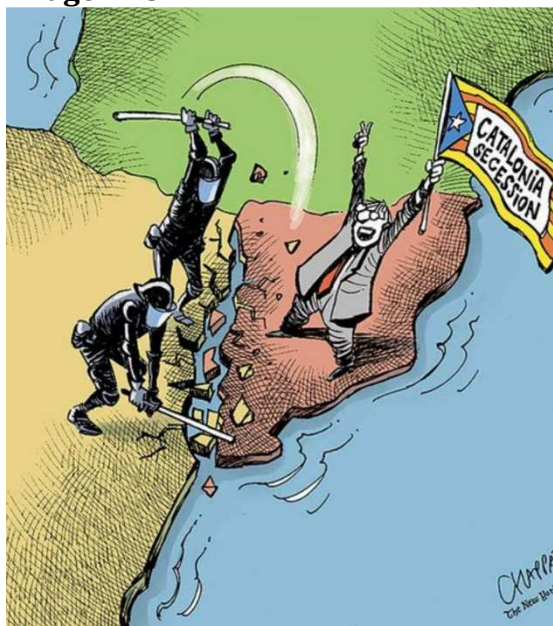


Ilustración publicada en el diario *The New York Times*.

Fuente: <https://www.nytimes.com/2017/10/02/opinion/catalonia-spain-referendum.html>

Imagen 19

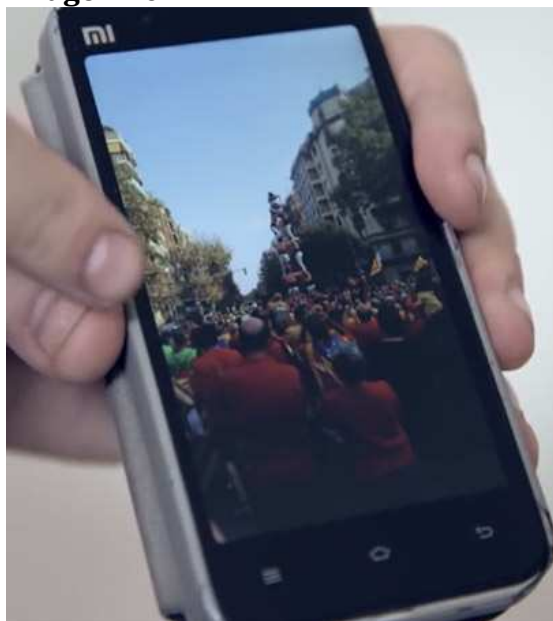


Diada del día 11 de Septiembre de 2014, llamada la “Via Catalana”.

Fuente: <https://userscontent2.emaze.com/images/146cb3e8-5a2b-436e-bc63-032f45a80ecd/ca19bd1-615a-417b-84c2-2e1630d1e99f.jpg>

Imagen 21

Imagen 20



Cuadro perteneciente al programa “Salvados” de TV3.

Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=DIQCBKFqZE>

Acto de voto simbólico en la *diada* de 2014.

Fuente: Albert García.

https://cat.elpais.com/cat/2015/09/10/album/1441874402_304168.html#1441874402_304168_1441874567

Imagen 22



Distribución de los colectivos según los tramos para la “Via Lliure” de la diada de 2015.

Fuente: http://www.ara.cat/politica/guia-via_lliure-meridiana-11s-preguntes-respostes_0_1414658683.html

Imagen 23



Acto de *Junts pel Sí* frente al Mercat del Born, el día de las elecciones del 27S.
Fuente: Propia.

Imagen 24



Dos turistas fotografiándose con dos participantes de la diada del 11 de Septiembre de 2015. Fuente: Propia.

Imagen 25



Voluntarios catalanes en la Primera Guerra Mundial, alzando la bandera *estelada*.

Fuente:
<http://eldadoinquieta.blogspot.co.uk/2016/07/belloy-en-santerre-english.html?m=1>

Imagen 26



Imagen 27



“La revolució dels somriures”: nuevas prácticas y discursos nacionalistas

Soldados catalanes en la Guerra Civil Española, frente de Aragón.

Fuente: <https://es.pinterest.com/pin/454793262353284668/>

Francesc Macià en el *Casal Català* de La Habana, con la bandera cubana y la *senyera estelada* de fondo.

Fuente:

<https://quatrebarresblog.wordpress.com/2016/05/22/la-estelada-y-la-libertad-de-expresion/>

Imagen 28



Embalaje de la cerveza Moritz edición especial Diada, en el local del Mercat del Born.

Fuente: Propia.

Bibliografía

Albert Castellón. *Catalonia, next Brand in Europe: Una estratègia de marketing per a un nou país*. Badalona, Ara Llibres, S.C.C.L., 2013.

Anne-Marie Thiesse. *A criação das identidades nacionais*. Braga, Temas y Debates, 2000.

Antonio Canales Serrano. “El robo de la memoria, Sobre el lugar del franquismo en la historiografía católico-catalanista”. *Juventud y política en la España contemporánea*, Ayer, Nº59, Asociación de Historia Contemporánea and Marcial Pons Ediciones de Historia, 2005, pp. 259-280.

Benedict Anderson. *Imagined communities, reflections on the origin and spread of nationalism*. Verso, (1983) 2006.

Eduardo González Calleja. “‘Bon cop de falç!’ Mitos e Imaginarios Bélicos en la Cultura del Catalanismo”. *El nacionalismo catalán: Mitos y Lugares de Memoria*, Revista Historia y Política, Nº 14, Madrid, Julio/Diciembre 2005, pp. 119-164.

Enric Hobsbawm, Terence Ranger. *The invention of tradition*. Cambridge, CUP, 1983.

Enric Ucelay-Da Cal. “Ser y no ser: la visión del españolismo desde la perspectiva catalanista, o lo que se puede aprender escuchando”. *El nacionalismo catalán: mitos*

y lugares de memoria, Jordi Canal (Coord.), Revista Historia y Política, Nº14, 2005, pp. 11-44.

Georges Balandier. *O poder em cena*. Brasil, Editora Universidade de Brasília, 1980.

Hans Belting. *Antropología de la Imagen*. Argentina, Katz Editores, 2007.

Humberto Martins. *Sobre o lugar e os usos das imagens na antropologia: notas críticas em tempos de audiovisualização do mundo*. Etnográfica, Vol. 17 (2), 2013.

Jaume López. *Del dret a l'autodeterminació al dret a decidir. Un possible canvi de paradigma en la reivindicació dels drets de les nacions sense estat*. Quaderns de Recerca Nº4, Centre Unesco de Catalunya.

John L. y Jean Comaroff. *Etnicidad S.A.*. Madrid, Katz Editores, 2011.

José Jiménez. *Galvano della Volpe, el marxismo y la estética*. Madrid, El Basilisco, Nº13, Noviembre 1981 – Junio 1982.

Josep Llobera. *El Dios de la Modernidad: El desarrollo del Nacionalismo en Europa Occidental*. Barcelona, Anagrama, 1996.

Lluc Salellas i Vilar. *El franquisme que no marxa*. Barcelona, Edicions Saldonar, 2015.

Michel Billig. *Nacionalismo Banal*. Madrid, Capitán Swing, 2014.

Montserrat Clua i Fainé. *Catalanes, inmigrantes y charnegos: “raza”, “cultura” y “mezcla” en el discurso catalán*. Revista de antropología social, Vol. 20, Universidad Complutense de Madrid, 2011.

Murray Edelman. *La construcción del espectáculo político*. Buenos Aires, Manantial, 1991.

Natalia Aruguete. *La narración del espectáculo político: pensar la relación entre sistema de medios y poder político*. Austral Comunicación, Volumen 2, Nº2, Universidad Austral, p. 209/210.

Orvar Löfgren. *The nationalization of culture*. Ethnologia Europaea XIX, 1989.

Paula Godinho. “Usos da memória e práticas do património, alguns trilhos e muitas perplexidades”. *Usos da memória e práticas do património*, Lisboa, Colibri, 2012, pp. 13-23.

Peter Sahlin. *Fronteres I identitats: la formació d'Espanya i França a la Cerdanya, s. XVII-XIX*. Oxford, England, University of California Press, Ltd, 1989.

“La revolució dels somriures”: nuevas prácticas y discursos nacionalistas

Saúl Gordillo. *Sobirania.cat, 10 anys de la revolta política catalana a internet*. Crea't Edicions, 2014.

Victor Turner. *O processo ritual*. Petrópolis, RJ, Brasil, Editora Vozes Ltda, 1974.

Wivian Weller; Lucélia de Moraes Braga Bassallo. *Imagens: Documentos de visões de mundo*. Sociologias, Vol. 13, Nº 28, Porto Alegre, 2011.

Xavier Rubert de Ventós. *Nacionalismos: El laberinto de la identidad*. Madrid, Editorial Espasa Calpe S.A. 1994.

Entrevistas utilizadas

Albert Renté / 59 años / de Badalona, familia catalana_ economista, vecino de Badalona. Fecha 16/10/15

David Miró / 42 años / de Valencia_ periodista del diario *Ara*, Barcelona. Fecha 12/09/15

Joan Solé / 26 años_ encargado de prensa de *Súmate* e de Eduardo Reyes, Barcelona. Fecha 08/09/15

Liz Castro / 51 años / de EUA, familia de Andalucía _ colaboradora da *Assemblea Nacional Catalana*, Barcelona. Fecha 14-23/10/15

Marcos Pardeiro / 35 años (aprox.) / de Barcelona, familia de Galicia_ periodista del diario *El Mundo*, Barcelona. Fecha 23/10/15

Quim Torra / 52 años / de Girona, familia catalanista_ en el momento de la entrevista, presidente de *Òmnium Cultural*, Barcelona. Fecha 08/10/15

Recibido: 17/08/2017

Evaluado: 27/09/2017

Versión Final: 26/11/2017